MODE D'EMPLOI

1- **PREINSCRIVEZ-VOUS** sur le site de la Région Languedoc-Roussillon. Vous recevrez un mail vous donnant le lien vers les dossiers de candidature

2- **TELECHARGEZ LE DOSSIER DE CANDIDATURE** en fonction de la catégorie qui vous correspond (ESPOIR ou JEUNES POUSSES)

3- **REMPLISSEZ LE FORMULAIRE PDF** (si vous n'avez pas la dernière version de Acrobat Reader, vous pouvez la télécharger gratuitement sur http://get.adobe.com/fr/reader/)

4- **Vous pouvez enregistrer le formulaire partiellement rempli** sur votre ordinateur et y revenir plus tard pour terminer votre saisie. Par précaution, nous vous conseillons de faire une copie de sauvegarde de votre formulaire.

5- **Une fois le dossier de candidature entièrement rempli**, vous devez imprimer la page 17 (fiche d'engagement), la signer et nous la renvoyer par courrier, accompagnée de la demande de financement signée (à reproduire à partir de l'exemple du guide) à

REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON
A l'attention de Monsieur le Président
DGA4 ECONOMIE ET EMPLOI - Direction du Développement des Entreprises
Service Création et Reprise d'Entreprises
Hôtel de Région
201, avenue de la Pompignane
34064 MONTPELLIER CEDEX 2

6- Enregistrez le fichier PDF de votre formulaire rempli sous la forme « nomdelentreprise-coupdepousse2012.pdf »

7- **LE FICHIER EST A RENVOYER PAR MAIL**, accompagné des annexes, à l'adresse suivante :
coupdepousse@cr-languedocroussillon.fr

/!\ ATTENTION le poids de chaque mail est limité à 4Mo. Si besoin, vous pouvez envoyer plusieurs mails.

8- Vous recevrez un accusé-réception par mail pour chaque courriel. **L'accusé-réception définitif et faisant foi vous sera envoyé par courrier dès la réception de la lettre d'engagement et de la demande de financement.**

Cadre réservé à l'administration du concours		
DOSSIER N° :	Reçu le :	Ville d'implantation :
DEFI N° :	Catégorie :	Département :



AU CONCOURS RÉGIONAL « COUP DE POUSSE »

Édition 2012

En partenariat avec le réseau régional 

GUIDE DE CANDIDATURE
CATEGORIE « JEUNE POUSSE[1] »

NOM DU PROJET/SOCIETE : si la société n'est pas créée, il s'agit du nom envisagé

NOM DU CREATEUR CANDIDAT : Indiquer le nom de la personne qui présente le dossier de candidature

45 caractères /lignes

Cocher la case pour présenter officiellement la candidature

ACTE DE CANDIDATURE

☐**Oui, je présente la candidature de mon projet d'entreprise/de ma société** au concours COUP DE POUSSE 2012, en mon nom et celui des autres porteurs/associés, ci-après désignés.

Pour toute précision concernant les questions posées ci-dessous, reportez-vous au guide téléchargeable sur le site Internet

POUR QUEL DÉFI REGIONAL SOUHAITEZ-VOUS CANDIDATER ?

(Cochez un seul secteur d'activité : c'est le secteur d'activité que vous choisissez qui déterminera le défi auquel vous participez)

DÉFI INNOVATION & DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE REGIONAL

Secteur d'activité : ☐ Tourisme ☐ Industrie ☐ Agriculture ☐Agro-alimentaire

DÉFI INNOVATION & EGALITE DES CHANCES

Secteur d'activité : ☐ Formation ☐ Emploi ☐ Jeunesse ☐ Inter-génération ☐ Handicap ☐ Santé ☐ Bien-être

DÉFI INNOVATION & AMENAGEMENT DURABLE DU TERRITOIRE

Secteur d'activité : ☐ Eau ☐ Environnement ☐ Désenclavement des territoires

1 Société créée depuis plus d'un an et moins de 3 ans à la date limite de dépôt du dossier de candidature, soit le 12 octobre 2012 (créée entre le 12 octobre 2009 et le 12 octobre 2011).

TERRITOIRE D'IMPLANTATION DE L'ENTREPRISE

Vous pouvez choisir plusieurs départements d'implantation

☐ Aude ☐ Gard ☐ Hérault ☐ Lozère ☐ Pyrénées Orientales

NOMBRE D'ASSOCIES

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐+ préciser : ....

CLIENTELE CIBLÉE

☐ B to B : **Vente d'une entreprise à une autre entreprise** ☐ B to B to C **Vente d'une entreprise à une autre entreprise qui revend aux particuliers** ☐ B to C **Une entreprise qui vend aux particuliers**

MARCHÉ VISÉ

☐ Local ☐ Départemental ☐ Régional ☐ National ☐ International

PERSPECTIVES D'EMBAUCHE À COURT TERME

Avez-vous prévu des embauches à 1 an ? ☐ Oui ☐ Non

Si oui, combien ?..

DESCRIPTION DE VOTRE ENTREPRISE (5 lignes maximum)

Vous êtes libre de décrire votre projet comme vous le souhaitez afin que nous sachions en quelques lignes ce que votre projet/entreprise propose.

500 caractères max.

EN QUOI LE PRIX DU CONCOURS PEUT VOUS AIDER DANS LE PROJET INNOVANT DE VOTRE ENTREPRISE ? (5 lignes maximum)

Nous souhaitons savoir ce que vous envisagez de faire ou de développer avec le prix du concours et en quoi il aidera le développement de votre projet innovant.

500 caractères max.

Souhaitez-vous orienter en priorité le prix vers le financement de recrutements pour votre projet d'entreprise ? ☐ Oui ☐ Non

1. PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

1.1 EQUIPE DIRIGEANTE (Joindre les CV de chaque associé) **Présentez les 3 associés principaux. Si vous êtes plus de 3 associés, il est indispensable de joindre les CV de TOUS les associés.**

Présentation succincte de l'équipe :

ASSOCIES Ou futurs associés	1	2	3
NOM/Prénom	**150 caractères max. par case**		
Date et lieu de naissance			
Adresse CP/Ville			
Téléphone (mobile de préférence)			
Mail			
Pourcentage de détention du capital social (Réparti ou envisagé)			
Rôle dans l'entreprise			
Statut de l'associé (Salarié, gérant,…)			
Diplômes ou niveau de formation	**Il s'agit pour nous de mieux vous connaître et d'apprécier votre parcours personnel en lien avec le projet afin de mieux appréhender la composition de l'équipe.**		
Formations en lien avec le projet			
Connaissances et formation sur le secteur d'activité			

Parcours professionnel en lien avec votre projet :

Quelles expériences avez-vous acquises dans votre parcours professionnel qui vous aideront dans la création et le développement de votre entreprise ? N'indiquez que celles de l'associé portant la candidature.

400 caractères max.

Environnement entrepreneurial **:** présentez les compétences que vous possédez (managériales, savoir-faire technique, réseau relationnel, connaissance du milieu de l'entreprise, expérience en tant que créateur,…) et qui sont une force pour le développement de votre entreprise :

Au-delà de l'expérience que vous possédez, nous souhaitons savoir quels sont vos atouts pour la création de votre entreprise ?

400 caractères max.

1.2 ACCOMPAGNEMENT

Êtes-vous déjà accompagné(s) par une structure du réseau régional SYNERSUD ? ☐ Oui ☐ Non

Si oui, laquelle ? **45 caractères max.**

Si non, quels soutiens avez-vous obtenu dans le cadre de l'avancée du projet de création :
(*Pépinière, incubateur, technopôle, structures de conseils, CCI, CMA, Chambre d'agriculture, CRES, soutien d'une collectivité locale, autres organismes …)*

500 caractères max.

1.3 ENTREPRISE

NOM DE L'ENTREPRISE :

ADRESSE (Siège social) :

TELEPHONE :

MAIL :

NOM COMMERCIAL (si différent) :
DATE DE CREATION 3T

FORME JURIDIQUE (SARL, SAS, COOP) :

N° SIRET :

Capital social :

2. PRESENTATION DU PROJET INNOVANT ET A POTENTIEL

2.1 PRESENTATION ET DESCRIPTION GENERALE DU PROJET

Synthèse de l'origine du projet (l'idée, les opportunités …..) **200 caractères max.**

Comment et dans quelles conditions est née l'idée du projet ?

Exprimer par une phrase, compréhensible par tous, votre projet innovant :

300 caractères max.

2.2 CARACTERISATION DE VOTRE INNOVATION (Définitions dans le guide) **Reportez-vous à la fin du guide. Nous avons essayé d'être le plus clair possible pour que les définitions vous permettent de répondre précisément à cette question. Si toutefois, cela ne vous paraissait pas clair, répondez « ne sait pas ». Cette question a vocation à nous informer sur votre innovation et n'est pas destinée à évaluer la qualité de votre candidature**

Quelle est la nature de votre innovation ?

☐ USAGE ☐ TECHNOLOGIQUE ☐ SOCIALE ☐ Ne sais pas

Justifiez : **150 caractères max.**

Quelle est l'objet de votre innovation ?

☐ PRODUIT ou SERVICE ☐ MARKETING ☐ PROCEDES/PROCESSUS ☐ ORGANISATION ☐ Ne sais pas

Justifiez : **150 caractères max.**

Quelle est l'Intensité de votre innovation ?

☐ RUPTURE ☐ INCREMENTALE ☐ ASSEMBLAGE ☐ ADAPTATION ☐ Ne sais pas

Justifiez : **150 caractères max.**

2.3 EN QUOI VOTRE INNOVATION REPOND-ELLE AU DÉFI REGIONAL CHOISI ? 800 caractères max.

En fonction du défi régional choisi (cf. page 1 du dossier de candidature), expliquez en quoi votre innovation y répond.

Pour rappel, les 3 défis sont :

- le développement économique régional : les projets présentés devront proposer une innovation mettant en valeur les territoires de la région, favorisant la mobilité et promouvant le tourisme régional,

- l'égalité des chances : il s'agit de créer les conditions qui permettront aux habitants de la région de s'y réaliser personnellement et professionnellement et de s'y épanouir,

- l'aménagement durable du territoire : les projets présentés devront correspondre aux défis écologiques régionaux voire mondiaux.

2.4 IMPACT DE VOTRE INNOVATION SUR VOTRE OFFRE 300 caractères max.

Quels sont vos avantages principaux par rapport aux offres proposées par vos concurrents ? Qu'apporte de plus votre solution par rapport aux solutions existantes ? Quels avantages supplémentaires apportez-vous aux utilisateurs ?

Vous n'avez pas besoin de rédiger. Enumérez simplement vos avantages concurrentiels.

Votre offre peut-elle être rapidement imitée par vos concurrents ? Comment la protégez-vous ? (Brevets, réseau de distribution, savoir-faire, expertise…) **300 caractères max.**

Vous devez exprimer tous les atouts que vous possédez et que vos concurrents ne possèdent pas. Il faut que vos atouts puissent dissuader vos concurrents, au moins pour un temps, de vous imiter.

2.5 Stade d'avancement de votre projet **Ces questions ont vocation à nous informer sur votre projet et ne sont pas destinées à évaluer la qualité de votre candidature. « Sans objet » signifie que l'étude désignée ne vous concerne pas.**

L'étude de la faisabilité commerciale est-elle réalisée ? ☐Oui ☐Non ☐En cours ☐Sans objet

L'étude de la faisabilité technique est-elle réalisée ? ☐Oui ☐Non ☐En cours ☐Sans objet

L'étude de la faisabilité financière est-elle réalisée ? ☐Oui ☐Non ☐En cours ☐Sans objet

L'étude de la faisabilité juridique est-elle réalisée ? ☐Oui ☐Non ☐En cours ☐Sans objet

3. MARCHE

3.1 DESCRIPTION DE VOTRE MARCHE

Etude de marché en annexe : ☐ Oui ☐ Non **Ce n'est pas une annexe obligatoire, mais vous pouvez l'ajouter si vous le jugez nécessaire.**

Principales caractéristiques du marché (habitudes de consommation, tendances, réseaux de distribution, prescripteurs, …) – **600 caractères max.**

Il s'agit de décrire les caractéristiques de votre marché pour nous permettre de mieux l'appréhender et d'apprécier votre compréhension de ce marché.

Perspectives d'évolution de votre marché à 3 ans (! **600 caractères max.**

Quel est le taux de croissance de votre marché à 3 ans (+10%, +50%, +80%...) en région, en France et à l'international ? Citez vos références (études, rapports…)

3.2 LA CONCURRENCE

Identification et typologie des concurrents
Concurrence directe : **400 caractères max.**

Un concurrent direct est une entreprise proposant un produit ou service similaire à celui de l'entreprise prise en considération.

Concurrence indirecte : **400 caractères max.**

Un concurrent indirect est une entreprise proposant un produit ou service différent, mais répondant au même besoin que celui auquel l'entreprise cherche à répondre par son offre commerciale. La SNCF est par exemple un concurrent indirect des compagnies aériennes.

3.2 AVANTAGES CONCURRENTIELS

D'après-vous, quels sont les concurrents les plus dangereux pour votre projet ? **600 caractères max.**

3.3 REGLEMENTATION

Y-a-t-il une (des) réglementation(s) spécifique(s) applicable(s) à votre projet innovant ? ☐**Oui** ☐**Non**

Si oui, laquelle (ou lesquelles) (Autorisations, Brevets de concurrents, certifications, etc…) :

Faites la liste des réglementations auxquelles vous devrez vous soumettre pour développer votre idée et celles auxquelles vous serez confrontés pour la création de votre entreprise.

600 caractères max.

Etes-vous aidé par un professionnel de la réglementation (avocat, conseiller juridique, conseil en Propriété Industrielle…)

☐Oui ☐Non

Si oui, lequel ? **200 caractères max.**

3.4 CLIENTELE

Caractéristiques de la clientèle (pour les entreprises ou collectivités : CA, budget, taille, effectif, secteur d'activité… ; pour les particuliers, âge, sexe, CSP… ; solvabilité, conditions de règlement)

Typologie de la clientèle :

Types	Nombre	Implantation (Régionale, National, International,…)	Part du CA
Particuliers			**%**
Entreprises			**%**
Secteur public			**%**
Secteur associatif			**%**
Autres			**%**

IMAGINEZ QUE VOUS VOUS ADRESSEZ A VOTRE CIBLE / PROSPECT PRINCIPAL - Convainquez-moi d'acheter votre produit, prestation, offre, service… (**1 000 caractères max.**

4. STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

4.1 VOS PARTENAIRES EXTERNES

Citez vos partenaires les plus significatifs : **500 caractères max.**

Le partenariat se définit comme une association active de différents intervenants qui, tout en maintenant leur autonomie, acceptent de mettre en commun leurs efforts en vue de réaliser un objectif commun relié à un problème ou à un besoin clairement identifié.

4.2 ACCES AU MARCHE

Principaux clients effectifs de l'entreprise **300 caractères max.**

Soyez succincts. Vous pouvez, si vous le jugez nécessaire, présenter en quelques mots votre principal client, mais une simple liste suffit. Vous pouvez préciser si vous disposez de lettres d'intentions, de devis réalisés ou de bons de commande.

Stratégie commerciale d'accès au marché, Mode de distribution et de diffusion utilisé **900 caractères max.**

Présentez rapidement les différentes étapes de votre stratégie commerciale ainsi que les facilitateurs et les contraintes auxquels vous pouvez être confrontés.

Politique de communication (présenter en quelques mots : type de média, fréquence…)

Si vous avez déjà déterminé une stratégie de communication, présentez rapidement comment vous souhaitez la mettre en place.

200 caractères max.

Modèle de revenu : Comment construisez-vous votre bénéfice (marge commerciale sur produit vendu, marge sur prestation de service, revenus publicitaires web, licences,…) ?

200 caractères max.

Il s'agit d'exprimer comment votre entreprise va construire son chiffre d'affaires et réaliser son bénéfice.

Positionnement tarifaire (notamment par rapport aux prix pratiqués par la concurrence)

Exposez et justifiez à quel prix vous vendrez votre produit et/ou service et en quoi ce prix sera accepté par les clients.

300 caractères max.

4.3 DEVELOPPEMENT A L'INTERNATIONAL

Envisagez-vous un développement à l'international ? ☐Oui ☐Non Si oui, dans quel délai ?

☐ En cours ☐ Court terme (< 1 an) ☐ Moyen terme (1 à 3 ans) ☐ Long terme (> 3 ans)

Cette question est une simple information que ne rentre pas dans les critères de d'évaluation, mais qui doit nous permettre de mieux comprendre votre stratégie générale.

4.4 PERSPECTIVES ET CONSTRUCTION DE VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRE DETAILLE

	REALISE 2011	2012	2013	2014
Marché 1				
• **Produit/Service 1**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
• **Produit/Service 2**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
• **Produit/Service 3**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
Marché 2				
• **Produit/Service 1**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
• **Produit/Service 2**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
Marché 3				
• **Produit/Service 1**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
• **Produit/Service 2**	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€
TOTAL CA H.T	……………………€	……………………€	……………………€	……………………€

5. MOYENS

5.1 MOYENS FINANCIERS

Eléments clés du dossier prévisionnel

	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires total H.T			
dont export			
Marge commerciale			

Stratégie financière (levée de fonds envisagée, politique d'endettement, ouverture du capital, …)

Présentez les différents leviers financiers que vous pensez actionner pendant les phases de création et de développement de votre entreprise. Présentez également le calendrier envisagé pour ces opérations.

400 caractères max.

LES AIDES PUBLIQUES RECUES DEPUIS L'ORIGINE DE VOTRE PROJET

AIDES PUBLIQUES	Montant obtenu ☐ Déjà versé ☐ Versement prévu le : 3T	Montant demandé (en cours d'étude) ☐ Dossier déposé le : 3T
Aide à la Faisabilité Technique	………… €	………… €
Aide à la Faisabilité Commerciale	………… €	………… €
Prêt NACRE	………… €	………… €
Prêt d'honneur (France Initiative)	………… €	………… €
Avance Remboursable PACTE	………… €	………… €
AUTRES (à préciser)	………… € ………… € ………… €	………… € ………… € ………… €
TOTAL	………… €	………… €

5.2 MOYENS HUMAINS

	Situation des effectifs au 12/10/2012	Recrutements prévus en 2013	Recrutements prévus en 2014	Recrutements prévus en 2015
PRODUCTIFS				
COMMERCIAUX				
ADMINISTRATIFS				
R&D				
Autres				
TOTAL				
Dont CDI				

Expliquez votre stratégie de recrutement en quelques lignes

Justifiez vos recrutements ainsi que l'ordre des priorités que vous envisagez à ce sujet.

500 caractères max.

5.3 MOYENS MATERIELS

Assurez-vous vous-même la production de votre offre ou la confiez-vous à un partenaire ou sous-traitant ?

Si vous déléguez la production, donner des précisions sur vos partenaires et/ou sous-traitants (Nom, localisation géographique, taille de l'entreprise,…). Il est possible que vous ne soyez pas concernés par cette question. Dans ce cas mettre « Sans objet ».

500 caractères max.

Si vous sous-traitez, envisagez-vous de reprendre la production en interne à moyen terme ?

☐Oui ☐Non

Quelles sont vos sources d'approvisionnement ? Sont-elles garanties et durables ? Justifiez.

Il est question ici de vos fournisseurs ou de vos prestataires de service. A quel point sont-ils fiables ? Qu'avez-vous prévu si vous les perdiez ?

800 caractères max.

Votre projet nécessite-t-il des moyens matériels spécifiques ?

Avez-vous besoin d'une technologie, d'investissements matériels ou immobiliers, rares ou couteux ? Décrivez ce(s) besoin(s), type, cout,…

600 caractères max.

6. PROJET DE VIE

Pouvez-vous préciser votre situation familiale (situation maritale, nombre d'enfants…)
Nous souhaitons comprendre dans quel contexte personnel vous créez votre entreprise. Avez-vous des soutiens financiers ou des obligations particulières ?

300 caractères max.

En quoi pensez-vous bénéficier d'un environnement personnel favorable à la création de votre entreprise ?

500 caractères max.

L'implantation en Languedoc-Roussillon est un élément discriminant pour participer au concours. En effet, vous devez vous engager à installer votre siège social ou votre activité principale en Languedoc-Roussillon. Si vous venez d'une autre région, précisez comment vous envisagez votre nouvelle implantation sur notre territoire et quels impacts cela aura sur votre vie familiale et personnelle. (Vous pouvez préciser votre situation familiale, l'âge de vos enfants,…)

Il s'agit de connaître les éléments qui peuvent faciliter votre installation en Languedoc-Roussillon et ceux qui peuvent poser des difficultés et sur lesquels nous pourrons vous aider.

2 000 caractères max.

7. RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

7.1 COMMENT AVEZ-VOUS EU CONNAISSANCE DE CE CONCOURS ?

☐Presse écrite ☐Presse internet ☐Prospectus/affiches ☐Site internet :
☐Réseaux sociaux ☐Partenaires : ☐Autres (préciser) :

7.2 AVEZ-VOUS DEJA ETE LAUREAT D'UN CONCOURS DE CREATION D'ENTREPRISE (Innovante ou non) ?

☐ Oui ☐ Non Si oui, le(s)quel(s) ?

PIECES A JOINDRE PAR TOUT CANDIDAT AU CONCOURS DOSSIER CATEGORIE « JEUNE POUSSE »[2]

Joindre obligatoirement tous les documents suivants : (Tout dossier incomplet sera refusé)

☐ Le présent Dossier de candidature complet, daté et signé
☐ Plan de financement à 3 ans
☐ Compte de résultat à 3 ans
☐ Prévisionnel de trésorerie à 12 mois
☐ Un résumé non confidentiel du projet (1 page maximum) pour diffusion dans les opérations de communication
☐ CV de tous les créateurs
☐ *** Fiche d'Engagement du candidat (à nous retourner signée par le créateur principal)**
☐ *** Courrier de demande de financement adressé au Président du Conseil Régional (voir modèle joint)**
☐ Extrait de Kbis :
☐ **Si l'entreprise est déjà créée**, fournir le Kbis au jour du dépôt du Dossier de candidature.

*** ATTENTION : La fiche d'engagement et le courrier de demande de financement doivent être envoyés impérativement par courrier à l'adresse ci-après**

Joindre optionnellement :

☐ Les études de marché réalisées
☐ Le plan d'affaires complet
☐ Tout document que vous jugerez utiles à la compréhension de votre projet et de l'innovation.

Date limite de dépôt du présent dossier de candidature : 12 OCTOBRE 2012 à minuit

Dossier à renvoyer à **coupdepousse@cr-languedocroussillon.fr***
* ATTENTION : La fiche d'engagement et le courrier de demande de financement doivent être envoyés impérativement par courrier à l'adresse ci-après

Envoi possible par courrier en lettre recommandée avec accusé-Réception à :

REGION LANGUEDOC-ROUSSILLON
A l'attention de Monsieur le Président
DGA4 ECONOMIE ET EMPLOI - Direction du Développement des Entreprises
Service Création et Reprise d'Entreprises
Hôtel de Région
201, avenue de la Pompignane
34064 MONTPELLIER CEDEX 2

Vous pouvez adresser vos questions sur le dossier de candidature à creation-eco@cr-languedocroussillon.fr

[2] *Société créée depuis plus d'un an et moins de 3 ans à la date limite de dépôt du dossier de candidature, soit le 12 octobre 2012 (créée entre le 12 octobre 2009 et le 12 octobre 2011).*

Monsieur Christian BOURQUIN
Président du Conseil Régional
Languedoc-Roussillon
DGA4 Economie et Emploi
Direction du Développement des Entreprises
Service Création et Reprise d'Entreprises
201, avenue de la Pompignane
34064 MONTPELLIER Cédex 2

Monsieur le Président,

Je, soussigné(e) [*nom, prénom*], représentant(e) légal(e) de l'entreprise [*nom*] (*si l'entreprise est créée*), dépose la candidature au concours Coup de Pousse et sollicite un financement auprès du Conseil Régional Languedoc-Roussillon pour la réalisation de *[intitulé précis du projet à réaliser*].

[*Je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint le dossier de candidature correspondant.*

OU

Le dossier de candidature correspondant a été envoyé par e-mail à l'adresse figurant sur celui-ci.]

[*Formule de politesse*]

[Nom et Prénom du signataire]

[*Signature*]









INNOVATION ELARGIE : Cette appellation est utilisée pour aller au-delà de la vision traditionnelle de l'innovation centrée sur la recherche. Tout en intégrant la technologie, l'innovation élargie comprend également l'innovation d'usage et sociale. L'innovation au sens large est d'abord une voie pour préserver ou développer la compétitivité des entreprises. Elle peut prendre des formes multiples, sur tous les secteurs d'activités, pour créer de la valeur compétitive (avantage concurrentiel,…). Afin de mieux identifier la valeur créée, il est nécessaire de catégoriser et de caractériser l'innovation : Nature, Objet, Intensité.

N- Les trois **N**ATURES d'innovation

N 1. Innovation d'USAGE

Définition :
L'innovation d'usage est le changement introduit dans la manière d'utiliser le produit ou service, la mise en place d'une nouvelle facilité d'usage pour répondre à des besoins du marché ou anticiper sur des futurs besoins.
Illustration :
L'Occitane et son cosmétique à préparer soi-même, les compotes à boire Materne que l'on peut amener partout, le premier Velib' qui modifie la manière d'appréhender et d'utiliser le vélo, le rasoir jetable,...

N 2. Innovation TECHNOLOGIQUE

Définition :
L'innovation technologique consiste à intégrer une technologie nouvelle avec pour objectif de répondre un besoin du marché ou anticiper sur des besoins actuels ou futurs.
Illustration :
Le premier Vélo électrique Matra pour pédaler plus facilement dans la montée, le premier logiciel de traitement de texte, l'utilisation d'une nouvelle molécule pour traiter le cancer, ou le premier logiciel de téléconférence sur le WEB,...

N 3. Innovation SOCIALE

Définition :
L'innovation sociale répond de manière économique à un besoin social non satisfait ou mal satisfait. Elle présente souvent un nouveau mode de gouvernance et répond la plupart du temps à un intérêt collectif, durable ou juste.
Illustration :
Grameen Bank offre des microcrédits à destination de populations spécifiques, Max Havelaar propose le commerce équitable qui permet de rétribuer de façon plus juste les producteurs, Solar Ear qui propose des appareils auditifs, digitaux à batterie solaire fabriqués par de jeunes sourds brésiliens,…







O- Les quatre OBJETS d'innovation

O 1. Innovation de PRODUITS (OU SERVICES)

Définition :
L'innovation de produits ou services est la création ou amélioration d'un nouveau produit ou offre d'une nouvelle prestation de services qui crée une valeur nouvelle ou supplémentaire pour le marché.
Illustration :
Le premier ordinateur personnel Macintosh, l'iPad, la voiture hybride, le stylo à bille Bic,...

O 2. Innovation de PROCEDES (OU PROCESSUS)

Définition :
L'innovation de procédés ou processus correspond à la mise en œuvre de nouvelles techniques pour la production de biens ou la réalisation de prestations de services. Elle intègre la mise au point ou l'adoption de méthodes de production, de servuction, de distribution nouvelle ou considérablement améliorées.
Illustration :
La production assistée par ordinateur (P.A.O.), la culture hors-sol (production de certains légumes toute l'année), le self-service dans la restauration (Mc Donald), le système de traçabilité des marchandises par code à barres,...

O 3. Innovation de MARKETING (OU COMMERCIALISATION)

Définition :
L'innovation marketing ou de commercialisation implique des changements significatifs dans la présentation du produit ou du service, dans son mode de commercialisation, sa promotion, son modèle économique ou sa tarification.
Illustration :
Les offres fidélité ORCHESTRA (achat des vêtements à moindre coût grâce à un abonnement), le système de fidélisation client par carte magnétique, les formules « all inclusive » du Club Med au début des années 80, la presse gratuite fondant la totalité de ses revenus sur la publicité tout comme la monétisation de l'audience des sites web,...

O 4. Innovation d'ORGANISATION

Définition :
L'innovation organisationnelle consiste à introduire une nouvelle méthode dans les pratiques de management de l'entreprise, l'organisation du travail ou les relations extérieures (coopération, stratégie d'alliance etc.).
Illustration :
La nouvelle organisation matricielle de Renault qui a permis la création de la Twingo, Star Alliance regroupant pour la 1ère fois des compagnies aériennes, et qui permet de proposer aux clients une gamme d'offres plus élargie, la méthode LEAN,...







I- Les quatre INTENSITES d'innovation

I 1. Intensité de RUPTURE

Définition :
L'innovation de rupture est la modification profonde de l'état de la technique et/ou des conditions d'usage par le marché ou d'une nouveauté sociale majeure. L'innovation de rupture permet un changement majeur de l'état de l'art par rapport à la concurrence pour créer de nouveaux marchés et/ou modifier les comportements de consommations.

Illustration :
Passage de la Cassette VHS au DVD, passage de la location du DVD à la VOD, création du téléphone mobile, les verres de contact, le premier hôtel de glace, le Mc Drive qui permet de commander au volant et manger dans la voiture,...

I 2. Intensité INCREMENTALE

Définition :
L'innovation incrémentale ne bouleverse pas les conditions d'usage et l'état de la technique ou de l'offre sociale, mais y apporte une amélioration sensible.

Illustration :
Remplacement des souris à bille par des souris optiques, remplacement des verres de contact par des lentilles de contact, évolutions successives du téléphone portable (2G, 3G,…),…

I 3. Intensité d'ASSEMBLAGE

Définition :
L'innovation d'assemblage associe plusieurs offres ou innovations existantes pour en créer une nouvelle.
L'association de deux ou plusieurs composants d'un produit ou service peut amener à une innovation caractérisée d'assemblage. C'est la combinaison des composants qui permet une amélioration du produit ou service et/ou de nouvelles performances.

Illustration :
Le Kinect Xbox qui associe une caméra de télémétrie d'Israeli au software développé par Microsoft vidéo, le Kite Surf qui associe le principe de la planche de surf avec une voile de type parapente, les premières offres packagées dans le tourisme (hôtels, golf, spa, découverte,…).

I 4. Intensité d'ADAPTATION

Définition :
L'innovation d'adaptation consiste à dupliquer ou à adapter une innovation d'un secteur vers un autre secteur, ou d'un usage vers un autre usage. C'est l'adaptation d'une solution précédemment connue sur un secteur mais comportant les modifications nécessaires pour son application dans d'autres conditions, notamment son adaptation aux conditions locales.

Illustration :
L'Autolib, inspirée du Velib, concept de « drive » pour les courses en hypermarché inspirée du « drive » restauration rapide, packaging de la comporte à boire Materne inspiré par le Berlingo de lait concentré Nestlé,...







la Région Languedoc Roussillon

NOOV'LR ®

Méthode de caractérisation de l'innovation élargie développée par SYNERSUD/CREALIA en Languedoc-Roussillon

Stratégie Régionale d'Innovation Languedoc-Roussillon

NATURE → OBJET → INTENSITE

NATURE

USAGE	TECHNOLOGIE	SOCIALE

OBJET

PRODUITS (biens et prestation de services)	PROCEDES OU PROCESSUS	MARKETING OU COMMERCIALISATION	ORGANISATION
PRODUIT	PRODUCTION/ FABRICATION SERVUCTION	CONCEPTION/DESIGN CONDITIONNEMENT/ PACKAGING	PRATIQUES DE L'ENTREPRISE
SERVICE	DISTRIBUTION LOGISTIQUE	COMMERCIALISATION PROMOTION	ORGANISATION DU TRAVAIL
	FONCTIONS DE SOUTIEN QUALITE	MODELE ECONOMIQUE TARIFICATION	RELATIONS EXTERNES

INTENSITE

RUPTURE	INCREMENTALE	ASSEMBLAGE	ADAPTATION